

**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *ONLINE* PADA PELANGGAN  
LAZADA DI SURABAYA**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menempuh  
Program Pascasarjana Magister Manajemen



**DWIYANTI MATHIUS**

**NIM : 2015610955**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
S U R A B A Y A  
2017**

**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ONLINE PADA PELANGGAN  
LAZADA DI SURABAYA**

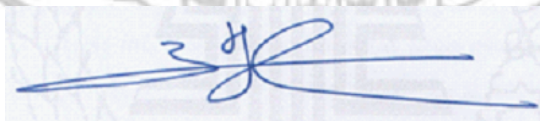
Diajukan oleh :

**DWIYANTI MATHIUS**

**2015610955**

Tesis ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap Ujian Tesis

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 17 Februari 2017



**(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H)**  
**NIP. 36140287**

**TESIS**  
**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN**  
**DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN ONLINE PADA PELANGGAN**  
**LAZADA DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**DWIYANTI MATHIUS**

**2015610955**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan lulus Ujian Tesis  
pada tanggal 20 Februari 2017

Tim Penguji

**Ketua** : **Prof. Dr. Dra. TATIK SURYANI, Psi., M.M**  
**NIP. 36910088**

**Sekretaris** : **Dr. RONNY, S.Kom., M.Kom., M.H.**  
**NIP. 36140287**

**Anggota** : **1. Dr. Drs. Ec. SONI HARSONO, M.Si.**  
**NIP. 36080259**

**2. Dr. BASUKI RACHMAT, S.E., M.M.**  
**NIP. 36080255**

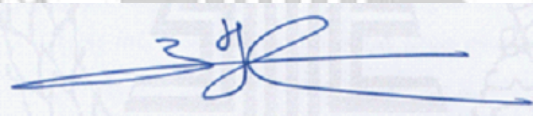


## PENGESAHAN TESIS

Nama : Dwiyanti Mathius  
Tempat, Tanggal Lahir : Waingapu, 25 Maret 1993  
N.I.M : 2015610955  
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)  
Judul : Pengaruh Persepsi Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian *online* pada pelanggan Lazada di Surabaya.

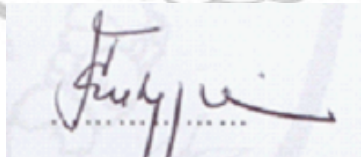
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 13 Maret 2017



**(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H)**  
**NIP. 36140287**

Ketua Program Studi Magister Manajemen  
Tanggal : 15 Maret 2017



**(Prof. Dr. Tatik Survani, Psi., MM.)**  
**NIP. 36910088**

## PERSEMBAHAN DAN MOTTO

### MOTTO

KESUKSESAN HANYA ADA PADA ORANG - ORANG YANG  
MAU BERUSAHA, BEKERJA DAN BERDOA  
(Icha Mangi)

“WHEN YOU’VE DONE EVERYTHING YOU CAN DO,  
THAT’S WHEN GOD WILL STEP IN AND DO WHAT YOU CAN’T DO”

2 CORINTHIANS 12 : 10

*Puji Tuhan saya mengucapkan syukur dapat menyelesaikan  
Tesis ini, oleh karena itu saya juga mengucapkan  
terima kasih kepada :*

- ♥ *TUHAN YESUS KRISTUS yang sudah membantu, membimbing dan menjaga saya, agar saya dapat menyelesaikan tugas tesis saya. Saya tau atas berkat rahamat dan kuasa-Mu semua boleh terselesaikan dengan baik. Dan hanya dalam nama-Mu, kuserahkan semua nya.*

### “FAMILY”

- ♥ *Papa dan Mama yang sudah menjaga dan melindungi serta membimbing saya sehingga saya boleh menjadi anak yang baik dan selalu mengasihi juga menghargai orang. Terima kasih buat papa dan mama juga yang sudah mensupport dan menyemangati saya di saat saya menyusun tesis ini. Saya tau tanpa doa dan cinta kalian saya tidak akan bisa menyelesaikan tesis*

*saya. Gelar MASTER Management dalam rentan waktu 1,5 tahun ini, buat papa dan mama, Saya sangat mencintai papa dan mama, saya akan terus menjadi yang terbaik buat papa dan mama dan selalu menjadi putri kebanggaan kalian. Papa dan Mama adalah segalanya. I LOVE PAPAMAMA..*

- ♥ *Abank semata wayang ku, abank Ekha Kurniawan terima kasih telah menyemangati saya selama menyusun tesis ini. Sukses terus untuk mu kakak ku, khusus nya untuk gelar baru mu pak Notaris. hehe*
- ♥ *Opa, oma dan mama tua terima kasih doanya buat saya, sehingga saya boleh berhasil dalam menyusun tesis ini. Sehat terus ya, saya mencintai kalian.*
- ♥ *Buat seluruh om dan tante serta adik dan kakak yang sudah mendukung dan mendoakan saya, saya ucapkan terimakasih (Mangi family - Bapa Eben sek, Bapa panus sek, Bapa Meky sek, Bapa Yosua sek, Bapa Yance sek, Mama ina sek, Bapa Ans sek, kakak andy sek, kakak maxon sek, Bapa Elkis sek, kakak ChrisTian sek, seluruh sepupu dan seluruh keluarga yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu).*
- ♥ *Buat om dan tante ku serta adik-adik ku terima kasih buat doa dan dukungan nya yah (Djae Family- Bapa abe, ma fenti dan ino tasya, Bapa jimmy, ma ivon, putri, excel dan ivan, cici yanti, andra dan adeku aurel, Om Papa dan Maci shendy serta My Bylca dan seluruh keluarga)*
- ♥ *Bayu dan Ibu Rin serta kaka ayu, ichel dan Oma ayu terimakasih buat doa dan semangat nya sehingga saya boleh berhasil sekarang. (Thanks ibu ayu selalu kasih semangat buat adik mu nocha)*
- ♥ *Honcista ku sayang, Stephanie widya Mangi terimakasih ya, sudah mau mengerti saya dalam keadaan bagaimana pun, selalu support, selalu ada buat saya, selalu mencintai saya dan selalu apa ee??hhahaha selalu tau apa mau nya saya dan selalu bisa mengalah kalau saya lagi ngambekan..hihi I love you my Honcista, You always be my Honcista..*
- ♥ *Buat seluruh keluarga dari papa maupun dari mama yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Terimakasih buat doa dan dukungan nya sehingga saya boleh berhasil dalam mencapai gelar MASTER ini.*

### **"MY PARTNER"**

- ♥ *My JB sayang, terima kasih sudah <sup>vi</sup>temani, mensupport dan memahami saya dalam hal apapun. Saya tau t<sup>vi</sup>ida orang yang sesabar jbo. Sukses terus kerjanya dan selalu semangat dalam menggapai impian mu. Saya akan selalu disamping jbo & selalu ada untuk mu sayang ku. (040715)*

### **"PERBANAS"**

- ♥ *Bapak Ronny, Terimakasih banyak pak bass buat bimbingan yang super duper sangat membantu saya menyelesaikan tesis saya, pak Ronny selalu sabar dan paham bagaimana cara membimbing kami, pak Ronny seperti bapak, teman dan malaikat buat kami. saya tidak akan melupakan jasa pak Ronny pada saya.*
- ♥ *Buat teman - teman Magister Manajemen angkatan 18, ibu Stephanie Astrid Ayu, Mbak Uzi Ramadhani, kak Maria Marsheryn Dae, Mas Gani Purba Anindita, Ramadhania Intan Cahyani, Endah Novita Kusuma Wardhani, Nuraini Juniawati, Ferdinanda Larashati, Mas Andy Pradipta Ramadhan, Mas Dimas Satrio Kendria, Mas Khoiruman, Mas Suyatno, Mas Irwandi, Mas Rachmat Fajar. Terima kasih atas doa dan dukungan kalian, saya doakan semoga cita - cita serta doa kalian dikabulkan dan menjadi pribadi yang bermanfaat bagi orang tua, bangsa, dan negara. Amiin.*



## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas RahmatNya saya dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian online pada pelanggan Lazada di Surabaya.** Maksud disusunnya Penelitian ini untuk syarat Tesis Pasca Sarjana Magister Manajemen STIE PERBANAS SURABAYA. Dalam penyusunan Tesis ini penyusun telah mendapat banyak bantuan dan petunjuk yang sangat berguna dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ronny selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran selama proses penyelesaian Tesis.
2. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Seluruh Dosen, Karyawan, Staf, dan Civitas akademik STIE Perbanas Surabaya.
5. Staff administrasi Program Pascasarjana Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

Surabaya, 5 Maret 2017

Penyusun



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....   | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....  | ii   |
| HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....                                     | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....  | iv   |
| HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....                                   | v    |
| KATA PENGANTAR .....   | viii |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR TABEL.....  | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....   | xiii |
| ABSTRAK / RINGKASAN .....  | xiv  |
| <br>   |      |
| BAB I    PENDAHULUAN   |      |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah.....   | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....  | 9    |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                                       | 10   |
| <br>   |      |
| BAB II   TINJAUAN PUSTAKA  |      |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....  | 12   |
| 2.2 Landasan Teori .....   | 27   |
| 2.2.1 Persepsi Pelanggan.....  | 27   |
| 2.2.2 Kepercayaan Pelanggan .....                                    | 29   |
| 2.2.3 Kualitas Layanan.....  | 31   |
| 2.2.4 Keputusan Pembelian.....                                       | 32   |
| 2.2.5 Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian .....           | 35   |
| 2.2.6 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian .....        | 36   |
| 2.2.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan<br>Pembelian..... | 38   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....   | 40   |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                                       | 40   |
| <br>   |      |
| BAB III   METODE PENELITIAN  |      |
| 3.1 Rancangan Penelitian .....                                       | 42   |
| 3.2 Batasan Penelitian .....   | 43   |
| 3.3 Identifikasi Variabel .....                                      | 43   |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....               | 44   |
| 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....             | 47   |
| 3.6 Instrumen Penelitian.....  | 49   |
| 3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....                           | 51   |
| 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....                              | 52   |
| 3.9 Teknik Analisis Data .....                                       | 53   |
| 3.9.1 Formulasi Hipotesis .....                                      | 56   |

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

|     |                                  |    |
|-----|----------------------------------|----|
| 4.1 | Gambaran Subyek Penelitian ..... | 57 |
| 4.2 | Analisis Data .....              | 63 |
| 4.3 | Pengujian Hipotesis .....        | 75 |
| 4.4 | Pembahasan .....                 | 79 |

#### BAB V PENUTUP

|     |                               |    |
|-----|-------------------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan .....              | 84 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian ..... | 85 |
| 5.3 | Saran .....                   | 85 |

#### DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1  | Daftar Negara pengguna internet dan penetrasinya.....          | 6  |
| Tabel 2.1  | Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....              | 25 |
| Tabel 3.1  | Interval Kelas .....   | 47 |
| Tabel 3.2  | Kisi - Kisi Kuesioner Penelitian.....                          | 49 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....        | 58 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....       | 59 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                  | 60 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....  | 61 |
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....            | 63 |
| Tabel 4.6  | Uji Validitas Sampel Kecil.....                                | 64 |
| Tabel 4.7  | Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....                             | 65 |
| Tabel 4.8  | Uji Validitas Sampel Besar .....                               | 66 |
| Tabel 4.9  | Uji Reliabilitas Sampel Besar .....                            | 67 |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Pelanggan ..... | 68 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Pelanggan .  | 69 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan .....   | 70 |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .... | 71 |
| Tabel 4.14 | Hasil Regresi Linear Berganda .....                            | 73 |
| Tabel 4.15 | Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F).....                       | 75 |
| Tabel 4.16 | Koefisien Determinasi Simultan .....                           | 76 |
| Tabel 4.17 | Ringkasan Uji T dan Koefisien Determinasi Parsial.....         | 77 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Lima E-Commerce Terpopuler di Indonesia .....                | 2  |
| Gambar 1.2 | Mayoritas Pengguna Internet.....                             | 7  |
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran Chan Cheng Yee .....                      | 13 |
| Gambar 2.2 | Kerangka Pemikiran Abdullah Sarwar, <i>et al</i> .....       | 16 |
| Gambar 2.3 | Kerangka Pemikiran Sinarwati, <i>et al</i> .....             | 18 |
| Gambar 2.4 | Kerangka Pemikiran Andy Putra Mahkota, <i>et al</i> .....    | 20 |
| Gambar 2.5 | Kerangka Pemikiran Ardiansyah.....                           | 22 |
| Gambar 2.6 | Kerangka Pemikiran Mohammad Muzahid Akbar.....               | 24 |
| Gambar 2.7 | Kerangka Pemikiran Peneliti.....                             | 40 |
| Gambar 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 58 |
| Gambar 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....     | 59 |
| Gambar 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                | 60 |
| Gambar 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 61 |
| Gambar 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....           | 62 |

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisioner
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Uji Validitas Sampel Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Uji Validitas Sampel Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Tanggapan Responden
- Lampiran 7 : Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 : Jadwal Penulisan Tesis
- Lampiran 9 : Surat Pernyataan
- Lampiran 10 : Daftar Perbaikan (Proposal, Seminar Hasil & Tesis)

***THE EFFECTS OF CUSTOMER PERCEPTION, CUSTOMER TRUST AND SERVICE  
QUALITY ON ONLINE PURCHASING DECISION OF LAZADA CUSTOMER IN  
SURABAYA***

**Dwiyanti Mathius**  
**STIE Perbanas Surabaya**  
[ichanochazz@yahoo.ac.id](mailto:ichanochazz@yahoo.ac.id)

***ABSTRACT***

*This research examine the effects of Customer Perception, Customer Trust and Service Quality on Online Purchasing Decision of Lazada Customer in Surabaya. Data type that used is primary data namely data taken directly from researched objects through questionnaire which distributed to the respondents who using Lazada online shopping. In this research use purposive judgment sampling method. . Population of this study was Lazada online customers in Surabaya. Research involves to 200 Lazada customers. The primary data be analyzed employing multiple linear regression technique. The result of this research show that Customer Perception, Customer Trust and Service Quality have significant effect toward purchasing decision, that means customer regard the Lazada Online shopping is the best, customer have trusted and admit the quality in Lazada Online.*

***Keywords :*** *Customer Perception, Customer Trust, Service Quality, Purchasing Decision*